

Гриценко В. Л.
аспірант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції
Сумського національного аграрного університету

Hrytsenko V. L.
Postgraduate Student of the Department
of Management FEA and Eurointegration
Sumy National Agrarian University

ЕКСПЕРТНЕ ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПРОДУКЦІЇ БДЖІЛЬНИЦТВА

EXPERT ASSESSMENT OF INFLUENCE OF FACTORS ON MARKET DEVELOPMENT OF BEE PRODUCTS

Анотація. У роботі розглянуто поняття «фактори», «чинники», «детермінанти» та встановлено взаємозв'язок між ними. Доповнено класифікацію факторів впливу на функціонування ринку продукції бджільництва. Здійснено експертне опитування впливу основних факторів на функціонування ринку продукції бджільництва, застосовано два методичні підходи до аналізу результатів експертного опитування. Встановлено детермінанти функціонування ринку продукції бджільництва та обґрунтовано стратегічний напрям розвитку галузі.

Ключові слова: експертна оцінка, опитування, детермінанти, класифікація факторів, ринок продукції бджільництва.

Вступ та постановка проблеми. Сьогодні світ живе в епоху великих і швидких змін, для якої характерні складні взаємозв'язки і взаємозалежності всіх сторін соціально-економічного життя, переосмислення людських цінностей, перегляд особистих поглядів. Сучасні зміни за своєю масштабністю та можливими наслідками значно перевершують все, що переживало людство у минулому. В умовах динамічних змін у мінливому швидкоплинному середовищі вкрай важливо вибирати найбільш ефективні управлінські рішення для розв'язання поставлених завдань. Проблематика становлення і розвитку ринку продукції бджільництва в Україні потребує подальшого наукового узагальнення, розробки та обґрунтування методичних і прикладних рекомендацій для підвищення ефективності його функціонування в таких умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок продукції бджільництва як складник агропродовольчого ринку перебуває у центрі уваги науковців останні 15–20 років, проте переважно вони досліджують лише окремі аспекти проблеми. Необхідно зазначити праці таких вчених, як Жученко Д. [1], Чехов С. [2], Яценко О. [4], Христенко О. [5] та інші.

Ринок продукції бджільництва ми розглядаємо як систему установ та економічних відносин, що забезпечують процеси виробництва, обміну і споживання продуктів харчування, використання сировини, а також надання послуг галузю бджільництва [6]. Становлення та функціонування ринку продукції бджільництва відбувається в певних характерних тільки для певної країни умовах, на нього впливає низка чинників, факторів, детермінант. Постає проблема в сучасних умовах визначити ці фактори та оцінити силу їх впливу.

Мета статті полягає у визначенні умов і чинників формування та розвитку ринку продукції бджільництва; узагальненні, розробці та практичному застосуванні методики експертної оцінки впливу факторів на розвиток ринку продукції бджільництва з метою розробки подальшої стратегії його розвитку.

Результати дослідження. Детермінізм (від лат. *determino* – визначаю) – найдавніше філософське вчення

про Всесвіт як універсум тотальної взаємозумовленості природних, соціальних і духовних процесів, як грандіозний ланцюг причин і наслідків, як зв'язок усього з усім. На відміну від традиційного, сучасний детермінізм, який культивують у методології наук про складність, припускає наявність різноманітних типів причинно-наслідкової взаємозумовленості явищ. До таких типів детермінації відносять і просторово-часові кореляції, функціональні залежності, співвідношення симетрії. Зазвичай їх формують мовою статистичних розподілів та статистичних закономірностей. Визнання пріоритету подібного роду ймовірнісних детермінацій означає не нігілістичне заперечення принципу причинності, а його сучасне узагальнення.

Сучасний детермінізм відхиляє не причинність у повноті всіх її проявів у світі; він ставить під сумнів лише претензію традиційного детермінізму на статус єдиного правила інтерпретатора причинності. Інтегруючи принципи системної детермінації, сучасний детермінізм особливо підкреслює роль цілісності динамічних систем, їхньої ієрархічної організації, наявності у них множини різноманітних рівнів складності, процесів самоорганізації, трансмутації, самозбереження [7].

Отже, в основі лежить причина, фактор, чинник, який в той чи інший спосіб стає рушійною силою певних змін, подій, явищ. Поглянувши в словник сучасної української мови ми знайшли такі визначення. Фактор – умова, рушійна сила будь-якого процесу, явища; чинник [8, с. 553]; Чинник – умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу, що визначає його характер або одну з основних рис; фактор [9, с. 326]. Ці слова є синонімами.

Умова(и) – необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяє чомусь; обставини, особливості реальної дійсності, за яких відбувається або здійснюється що-небудь [10, с. 441]. Визначення детермінізму в цьому ж словнику ми знайшли, а от поняття детермінант чи детермінанти – ні.

Мінченко М. [4] дає схоже визначення: «Фактори – це умови, рушійні сили, необхідні для здійснення господар-

ських процесів, а також причини, що впливають на результати зміни даних за окремими показниками діяльності».

В економічному аналізі поняття «фактор» застосовується у двох взаємопов'язаних значеннях: умов, які забезпечують здійснення операцій; потенційної сили – причини змін результатів діяльності.

Якщо підходити з позицій традиційного детермінізму, то детермінантами варто називати такі фактори, які мають функціональний вплив на досліджуване явище, але з розвитком науки, з розширенням типів визнаних причинних зв'язків детермінантами можна вважати будь-який фактор

(чинник), який чинить ймовірнісний чи функціональний вплив на подію, явище, тобто наслідок і є вирішальним.

На основі своїх досліджень та роздумів вважаємо, що детермінанта – це фактор, чинник, причина, що є рушійною і вирішальною за певних умов (рис. 1).

Результатом взаємодії комплексу соціально-економічних, демографічних, природничих, організаційних і випадкових факторів, які визначають в кожний момент стан на конкретних ринках і зумовлюють напрям, хід і результат комерційної діяльності на цих ринках, є кон'юнктура ринку. Різноманітність різних поєднань факторів є об'єктивною причиною багатоманітності і оригінальності ринків. Кількість таких факторів, складність їхнього нелінійного взаємозв'язку і впливу створюють труднощі у встановленні функціональної залежності між ними. Для того щоб глибоко розібратися в причинах змін досліджуваних явищ, процесів, визначити роль кожного чинника у формуванні кон'юнктури ринку, а також для забезпечення достовірності і повноти, логічності такого аналізу, необхідно керуватися обґрунтованою класифікацією факторів. Під класифікацією факторів розуміють розподіл їх за групами залежно від спільних ознак і подальше ранжирування за значенням цих ознак.

Два найважливіших ринкових фактори – співвідношення попиту і пропозиції на ринку та рівень ринкових цін. У свою чергу на попит і пропозицію на бджолопродукцію та рівень ринкових цін впливає низка чинників, які ми згрупували за класифікаційними ознаками на основі аналізу літературних джерел (рис. 2). При цьому їх вплив повинен вимірюватися в комплексі, оскільки кожен із наведених факторів тісно пов'язаний з іншими і залежний від них. Також варто враховувати, що один і той самий фактор може бути віднесений до різних груп залежно від обраних критеріїв класифікації.

Розглянемо детальніше наведену класифікацію факторів конкурентоспроможності аграрних підприємств.

1. Залежно від середовища функціонування фактори, що впливають на функціонування ринку, поділяються на екзогенні та ендогенні. Виникнення та інтенсивність прояву ендогенних факторів безпосередньо залежить від діяльності суб'єктів ринку, стану їх матеріально-ресурсної бази, характеру організації системи управління тощо. Виникнення та інтенсивність прояву екзогенних факторів не залежить від діяльності суб'єктів ринку і зумовлюється станом зовнішнього середовища [4, с. 64]. До внутрішніх факторів функціонування ринку належать 1) виробничий потенціал виробників; 2) організаційно-економічні фактори; 3) фінансові фактори; 4) маркетингові фактори; 5) управлінські фактори.

2. Зовнішні фактори конкурентоспроможності ринку продукції бджільництва доцільно згрупувати в 4 групи, такі як 1) фактори гео-середовища (політичні, природно-географічні, кліматичні); 2) фактори макросередовища (політико-правові, економічні, соціальні, криміногенні); 3) фактори мезосередовища (ємність регіонального ринку, ступінь насичення ринку, якість сировинної бази, частка імпортової про-

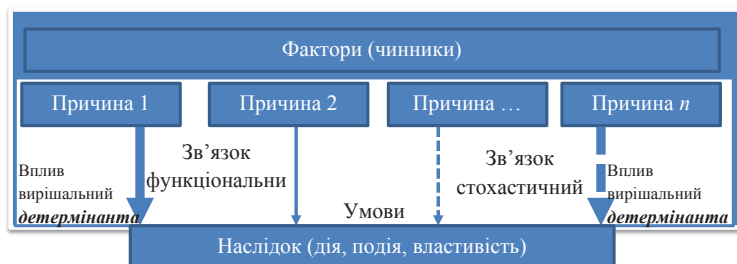


Рис. 1. Взаємозв'язок понять «детермінанта» і «фактор (чинник)»

Джерело: дослідження автора

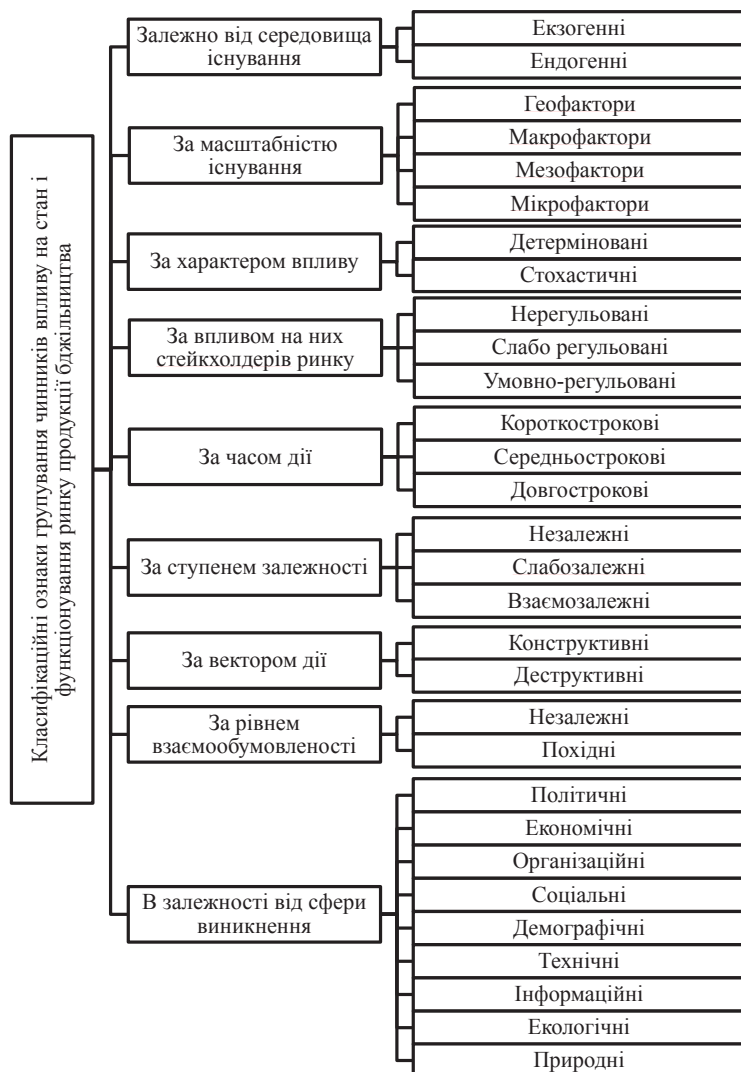


Рис. 2. Класифікація факторів впливу на функціонування ринку продукції бджільництва

Джерело: сформовано та доповнено автором на основі джерел [2; 11; 12]

дукції); 4) фактори мікросередовища (конкуренти, споживачі, постачальники, посередники, асортимент і якість бджолопродукції).

3. За характером впливу на ринок продукції бджільництва пропонуємо фактори поділяти на детерміновані і стохастичні. До детермінованих факторів належать ті, які проявляють функціональний вплив на показники функціонування ринку, та частину факторів із стохастичним впливом на досліджувані критерії функціонування ринку, які за оцінками експертів є найсуттєвішими.

Вплив детермінант на функціонування ринку є визначальним; саме вони є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей та підпорядкованих їм основних завдань суб'єктів ринку. Вплив стохастичних факторів на ринок не є визначальним – фактично вони лише створюють умови для нормального функціонування ринку продукції бджільництва, хоча їх важливість відкидати повністю ні в якому разі не можна.

4. Залежно від впливу стейкхолдерів ринку усі фактори функціонування можна розділити на нерегульовані,

слаборегульовані, умовно регульовані. До нерегульованих та слаборегульованих належать екзогенні фактори. Внутрішнє середовище є більш керованим, але повністю елемент невизначеності виключити не можна, тому ендогенні фактори сталості визначаються як умовно-регульовані.

5. За часом дії фактори впливу на ринок продукції бджільництва поділяються на 1) короткострокові фактори, які негайно впливають на зміну кон'юнктури ринку; 2) середньострокові фактори, дія яких виявляється не одразу; 3) довгострокові фактори, дія яких має віддалені наслідки.

6. За ступенем залежності фактори впливу поділяються на незалежні, слабозалежні, взаємозалежні. Екзогенні фактори впливу на ринок залежні між собою, вони створюють загальні умови діяльності суб'єктів ринку. Екзогенні та ендогенні фактори впливу слабозалежні або незалежні. Ендогенні фактори впливу визначаються факторами мікросередовища, ці фактори взаємозалежні. Усі фактори внутрішнього середовища залежні між собою.

7. За вектором дії фактори впливу можна поділити на конструктивні та деструктивні. Одні й ті ж фактори

Таблиця 1

Результати експертного опитування щодо впливу факторів на розвиток ринку продукції бджільництва

Фактори	Експерти			Середня оцінка X_{ij}
	1	2	3	
1. Кваліфіковані кадри	3	3	3	3,0
2. Лояльність споживачів до продукції бджільництва	-3	1	4	0,7
3. Платоспроможність населення	-1	-5	-4	-3,3
4. Екологічна свідомість населення і виробників	-3	3	-2	-0,7
5. Довіра населення до якості вітчизняної продукції	5	3	4	4,0
6. Демографічна ситуація	-2	-1	1	-0,7
7. Політична та фінансово-економічна стабільність країни	-3	4	-3	-0,7
8. Державна допомога виробникам продукції бджільництва	-5	1	-5	-3,0
9. Наукові дослідження в галузі бджільництва	-3	-5	-4	-4,0
10. Політичні та організаційно-економічні механізми регулювання ринку продукції бджільництва	-4	4	-4	-2,3
11. Законодавчо-нормативна база	-1	-5	4	-0,7
12. Відповідність законодавства європейським та міжнародним стандартам щодо якості, безпеки та асортименту продукції бджільництва	-3	-1	4	1,7
13. Наявність сертифікаційних організацій, лабораторій	-5	-1	-4	-3,3
14. Налагодженість зв'язків між суб'єктами ринку/правовий захист суб'єктів ринку	-4	3	0	-0,3
15. Якість продукції	3	5	4	4,0
16. Цінова політика на внутрішньому ринку	1	5	-3	1,0
17. Цінова політика на зовнішньому ринку	-2	5	1	1,3
18. Ділова активність та маркетингова політика товаровиробників	2	-1	4	1,7
19. Рівень забезпеченості фінансово-кредитними ресурсами	4	-1	-4	-0,3
20. Рівень рентабельності	5	5	5	5,0
21. Наявність достовірної статистичної інформації	-4	-1	-2	-2,3
22. Рівень інфляції	-3	-5	-5	-4,3
23. Інвестиційна привабливість	-2	-5	2	-1,7
24. Диверсифікація виробництва	2	3	3	2,7
25. Організованість ринку	-1	-5	4	-0,7
26. Спеціалізація та кооперація виробників продукції бджільництва	-5	-5	1	-3,0
27. Технології виробництва: інноваційність, рівень механізації процесів, науковий підхід до виробництва	-2	-5	4	-1,0
28. Масштаби виробництва	-3	-5	1	-2,3
29. Ресурсний потенціал (кормова база природна)	2	1	-3	0,0
30. Наявність земель екологічної мережі	-1	-1	-2	-1,3
31. Географічне положення України	4	5	3	4,0
Середня бальна оцінка всіх факторів				-0,23

Джерело: побудовано автором на основі дослідження

Таблиця 2

Матриця рангів експертних оцінок

Фактори	Експерти			Сума рангів	d	d ²	Фактори	Експерти			Сума рангів	d	d ²
	1	2	3					1	2	3			
x ₁	26.5	22	21	69.5	21.5	462.25	x ₁₇	15.5	29	16.5	61	13	169
x ₂	10	17.5	26.5	54	6	36	x ₁₈	24	12.5	26.5	63	15	225
x ₃	19.5	5	5	29.5	-18.5	342.25	x ₁₉	28.5	12.5	5	46	-2	4
x ₄	10	22	12	44	-4	16	x ₂₀	30.5	29	31	90.5	42.5	1806.25
x ₅	30.5	22	26.5	79	31	961	x ₂₁	5	12.5	12	29.5	-18.5	342.25
x ₆	15.5	12.5	16.5	44.5	-3.5	12.25	x ₂₂	10	5	1.5	16.5	-31.5	992.25
x ₇	10	25.5	9	44.5	-3.5	12.25	x ₂₃	15.5	5	19	39.5	-8.5	72.25
x ₈	2	17.5	1.5	21	-27	729	x ₂₄	24	22	21	67	19	361
x ₉	10	5	5	20	-28	784	x ₂₅	19.5	5	26.5	51	3	9
x ₁₀	5	17.5	5	27.5	-20.5	420.25	x ₂₆	2	5	16.5	23.5	-24.5	600.25
x ₁₁	19.5	5	26.5	51	3	9	x ₂₇	15.5	5	26.5	47	-1	1
x ₁₂	10	25.5	26.5	62	14	196	x ₂₈	10	5	16.5	31.5	-16.5	272.25
x ₁₃	2	12.5	5	19.5	-28.5	812.25	x ₂₉	24	17.5	9	50.5	2.5	6.25
x ₁₄	5	22	14	41	-7	49	x ₃₀	19.5	12.5	12	44	-4	16
x ₁₅	26.5	29	26.5	82	34	1156	x ₃₁	28.5	29	21	78.5	30.5	930.25
x ₁₆	22	29	9	60	12	144	Σ	496	496	496	1488		11948.5

Джерело: побудовано автором на основі дослідження

можуть за різних умов впливати позитивно і негативно на розвиток і функціонування ринку. Так, залежно від рівня розвитку матеріально-технічної бази виробників; зниження чи покращення продуктивного потенціалу земельних ресурсів; кількісного і якісного стану людського капіталу на селі; рівня інтенсивності та ефективності інтенсифікації чи кооперації виробництва; рівня розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи тощо ці фактори можуть впливати на розвиток ринку в різних напрямках [13].

8. Залежно від ступеня взаємозумовленості фактори, що впливають на ринок, поділяються на незалежні та похідні. Незалежні фактори самі по собі є наслідком певних подій або тенденцій, тоді як похідні являють собою опосередкований результат дії первинних факторів. З позицій вивчення і моделювання впливу факторів необхідно уникати повторного врахування похідних чинників, бо потрібно впливати саме на першопричину, одночасно при цьому враховуючи ймовірні зміни похідних.

9. Залежно від сфери виникнення фактори поділяються на політичні, економічні, організаційні, соціальні, демографічні, технічні, інформаційні, екологічні, природні.

Вивчаючи природу кожного з цих факторів впливу на ринок продукції бджільництва на основі літературних джерел, ми виокремили найголовніші з них, а використовуючи метод експертних оцінок, вирішили з'ясувати, які з цих факторів чинять істотний вплив та вектор цього впливу.

Методи експертних оцінок дають змогу досить швидко одержати відповідь про можливі процеси розвитку того або іншого ринку, виявити сильні і слабкі сторони, одержати оцінку ефективності тих або інших заходів [14].

На першому етапі ми підібрали експертів у Сумській області в кількості трьох осіб, на другому етапі здійснили збір думок експертів шляхом анкетного опитування. Серед обраних чинників експерти обрали найважливіші та визначили напрям їх впливу на функціонування ринку продукції бджільництва (таблиця 1). Оцінку ступеня впливу експерти виконують шляхом присвоєння їм рангів. Якщо фактор здійснює сприятливий вплив – йому присвоюється індекс залежно від сили впливу від 0 до +5.

Якщо реальна дія фактора сприятиме занепаду розвитку ринку продукції бджільництва – індекс приймається також в залежності від сили впливу від -5 до 0, за відсутності підстав для позитивної або негативної оцінки – 0.

На третьому етапі здійснюється ранжування експертних оцінок та створюється зведена матриця рангів. Оскільки в матриці присутні пов'язані бали (ранги) відповідно в оцінках всіх трьох експертів, виконуємо їх переконформатування. Переконформатування рангів виконується без зміни думки експерта, тобто між ранговими номерами повинні зберегтися відповідні співвідношення (більше, менше або дорівнює). На основі переконформатування рангів будемо матрицю рангів (таблиця 2).

Сума в стовпцях матриці рівна між собою і дорівнює контрольній сумі 496, отже, матриця складена правильно.

На четвертому етапі виконуємо аналіз значущості факторів дослідження. З метою візуалізації результату побудуємо гістограму рангів суттєвості впливу факторів (рис. 3).

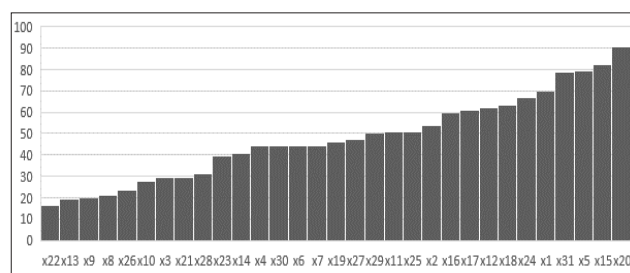


Рис. 3. Гістограма суттєвості впливу факторів на функціонування ринку продукції бджільництва на основі експертних оцінок

Джерело: побудовано автором на основі дослідження

На п'ятому етапі є важливим здійснення оцінки середнього ступеня погодженості думок експертів. Для цього використовують коефіцієнт конкордації W . Коефіцієнт конкордації приймає значення від 0 до 1. Чим більше значення коефіцієнта конкордації, тим вищим є ступінь узгодженості думок експертів. При $W=1$ є повна узгодженість

думок експертів; якщо $W=0$, то узгодженість практично відсутня. Коли є пов'язані ранги (однакові значення рангів в оцінках одного експерта), то коефіцієнт конкордації визначається за формулою

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}m^2(n^3 - n) - m \sum T_i}, \quad (1)$$

де $S = 11948,5$, $n = 31$, $m = 3$

$$T_i = \frac{1}{12} \sum (t_i^3 - t_i), \quad (2)$$

L_i – кількість зв'язок (видів елементів, що повторюються) в оцінках i -го експерта, t_i – кількість елементів в i -й зв'язці для i -го експерта (кількість елементів, що повторюються).

$$W = \frac{11948,5}{\frac{1}{12}2^2(31^3 - 31) - 2 \cdot 212} = 0,55, \quad (3)$$

$W = 0,55$ говорить про наявність середнього ступеня погодженості думок експертів.

На шостому етапі здійснимо оцінку суттєвості коефіцієнта конкордації. Для цього обчислимо критерій Пірсона:

$$\chi^2 = \frac{S}{\frac{1}{12}mn(n+1) + \frac{1}{n-1} \sum T_i}, \quad (4)$$

$$\chi^2 = \frac{11948,5}{\frac{1}{12}2 \cdot 31(31+1) + \frac{1}{31-1}212} = 49,59, \quad (5)$$

Отриманий χ^2 порівняємо з табличним значенням для числа ступенів свободи $K = n-1 = 31-1 = 30$ при рівні суттєвості $\alpha = 0,05$.

Оскільки χ^2 розрахований $49,59 >$ табличного (43,77297), то $W = 0,55$ – величина не випадкова, а тому отримані результати мають сенс та можуть використовуватись у подальших дослідженнях.

Як бачимо, перші в рангу фактори вказують на негативний вплив факторів із оцінкою в межах 50 балів, а фактори, що мають оцінку понад 50 балів, мають позитивний вплив. Візуально можна побачити, що факторів, які впливають на погіршення стану ринку меду та інших продуктів, більше. Але досить важко сказати, в якому напрямі здійснюється розвиток – покращення чи погіршення.

Тому вважаємо за доцільне використати й інший метод аналізу експертного опитування, описаний Корягіною С. [15].

Отримані бальні оцінки по кожному фактору трансформуємо в узагальнювальні показники (табл. 1), що розраховуються як середнє арифметичне з оцінок задіяних експертів за формулою:

$$K_{ij3} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n K_{ij}, \quad (6)$$

де K_{ij} – оцінка i -го фактора j -тим експертом, n – кількість експертів; K_{ij3} – узагальнювальні показники (середня бальна оцінка кожного фактора).

На наступному етапі розрахуємо частку факторів з бальною оцінкою більше нуля. Далі розрахуємо середню бальну оцінку всіх факторів (узагальнювальних показників), які впливають на розвиток підприємства, за формулою:

$$K'_{ij3} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m K_{ij3}, \quad (7)$$

де K'_{ij3} – середня бальна оцінка всіх факторів (узагальнювальних показників), які впливають на розвиток ринку продукції бджільництва; m – кількість факторів.

За умови, якщо середня бальна оцінка, розрахована на попередньому етапі, становить більше нуля, а частка факторів з позитивними оцінками є більшою 50%, можна прогнозувати можливість розвитку ринку у напрямі росту. Якщо оцінка факторів не відповідає наведеним критеріям, то розвиток ринку прямує до занепаду. В нашій ситуації загальна середня оцінка усіх факторів є негативною, хоча й не досить значною ($-0,23$ балів). Частка ж факторів, що мали середню бальну оцінку більше нуля, становить всього 35,5%. Як бачимо (табл. 4), ситуація, що склалася, не сприяє розвитку ринку продукції бджільництва, а скоріше – його занепаду, і є нагальна проблема здійснювати дієві заходи з покращення функціонування ринку продукції бджільництва.

Будемо вважати, що оцінка на проміжку $[-2,5; 2,5]$ є такою, що фактор не здійснює істотного впливу, оцінка $[-5; -2,5]$ говорить про те, що фактор здійснює істотний (детермінований) негативний вплив на функціонування ринку продукції бджільництва; а оцінка на проміжку $[2,5; 5]$ свідчить про істотний позитивний вплив (рис. 4).

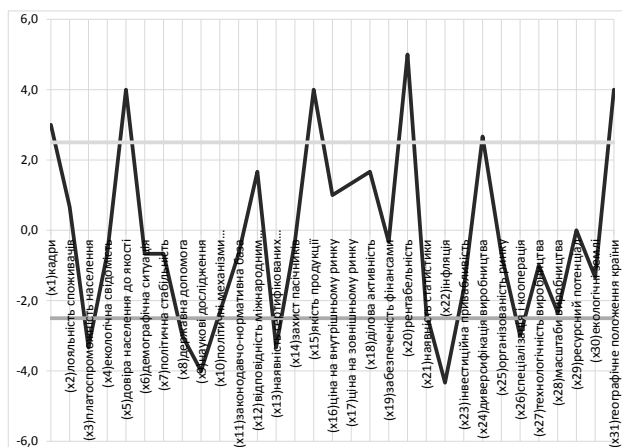


Рис. 4. Експертна бальна оцінка впливу факторів на функціонування внутрішнього ринку продукції бджільництва

Джерело: побудовано автором на основі дослідження

Таблиця 4

Матриця вибору стратегічного напрямку підтримки розвитку ринку

	Кількість позитивних факторів більше 50%	Кількість позитивних факторів менше 50%
Бальна оцінка позитивна	Стійкий розвиток (Підтримка оптимального використання ресурсів та конкурентоспроможності продукції бджільництва на ринку)	Умовний розвиток (Стратегія підтримки розвитку ринку та усунення негативного впливу факторів на довгострокову перспективу)
Бальна оцінка негативна	Умовний спад (Стратегія швидкого реагування на деякі фактори, які негативно вплинули на загальну картину позитивних змін у розвитку галузі)	Рух до занепаду (Стратегія швидкого реагування на інноваційній основі на усунення негативних чинників в короткостроковій перспективі для попередження дестабілізації та втрати конкурентоспроможності галузі)

Джерело: побудовано автором на основі досліджень та експертного опитування

Як бачимо, до детермінантів експерти віднесли 6 факторів, що позитивно впливають, і 6 таких, що негативно впливають на розвиток ринку. Проаналізуємо кожний з них.

Жоден з експертів не може повідомити реальні показники рентабельності домогосподарств. Достовірно можна сказати, що сільськогосподарські підприємства, які мають пасіки, у своїй звітності показують, навпаки, збитковість цього напрямку діяльності. На високому рівні, на думку експертів, є якість продукції, яка до того ж підтверджується і довірою населення, яке в основному купує мед безпосередньо у пасічників.

Експерти високо оцінили кваліфікованість кадрів, тобто пасічників. Досліджуючи питання освіти, ми з'ясували, що навчання та підтримання знань відбувається як формально, так і неформально (не в навчальних закладах). За останні десятиліття чисельність навчальних закладів, у яких здобували пасічницьку освіту, різко скоротилась. Робітники, що працюють із бджолами, спеціалізованої освіти переважно не мають. Сьогодні здійснюють підготовку робітника бджоляра у 22 професійно-технічних закладах України [16] та двох коледжах, фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем «Молодший спеціаліст» готують у двох ВНЗ І-ІІ р. а. Крім того, в деяких вищах є окремі кафедри бджільництва. Держава не приділяє достатньо уваги підтримці і фінансуванню такої незначної кількості «шкіл бджолярів» [3]. До професії бджоляра люди приходять з віком і отримують неформальну освіту. Для цього в обласних центрах силами громадських організацій, спілок пасічників і не тільки проводять семінари, курси підвищення кваліфікації, читають лекції тощо.

Експерти також відзначили ріст ділової активності виробників бджолопродукції та збільшення кількості різноманітних продуктів, які останнім часом пропонуються на ринку, таких як квітковий пилок, перга, прополіс, забрус, бджолине маточне молочко, настоянка воскової

молі, настоянка бджолиного підмору, що й дає змогу підтримувати дохідність пасік на достатньому рівні. Особливо це відчутно на фоні зростаючого безробіття на селі.

Як дарунок природи Україна має вигідне географічне розташування та багаті на нектар землі. Водночас експерти відзначають падіння оцінки природних ресурсів, зазначаючи, що холдинги, які щороку збільшують площі у своєму використанні, висівають менше ентомофільних культур або використовують сорти рослин (наприклад гречки), які є модифікованими, протруюють землі без попередження; здійснюється вирубка лип, акації тощо.

Говорячи про фактори, які негативно впливають на розвиток ринку продукції бджільництва, варто зазначити, що вони є такими, на які пасічники впливати не можуть (рівень інфляції та падіння курсу гривні, падіння платоспроможності попиту населення, відсутність наукових досліджень та їх підтримки державою та складність у впровадженні тих досягнень, які з'являються).

Також є проблемою відсутність лабораторій, які можуть виконувати аналізи меду та інших продуктів. В Україні їх налічується дві – у Києві, та Львові. Решта місцевих лабораторій не можуть виконувати всі необхідні аналізи та не мають відповідної сертифікації. До цього також додається ще й висока вартість аналізів. У вирішенні цих проблем необхідна підтримка держави.

Але є і фактори, які сьогодні негативно впливають на розвиток бджільництва та ринку продукції бджільництва і які керовані самими бджолярами – це масштаби виробництва та відсутність кооперації серед бджолярів.

Висновки. Вважаємо, що для цілісної картини необхідно використовувати описані вище два підходи в сукупності, оскільки з розвитком комп'ютеризації процесів обчислення здійснюється це досить швидко. Важливіше правильно і точно інтерпретувати результати та мати впевненість, що отриманим результатам можна довіряти.

Список використаних джерел:

1. Ефективність виробництва продукції бджільництва в сільськогосподарських підприємствах: монографія / Д.Б. Жученко, В.С. Уланчук. – Умань : Видавець «Сочинський», 2015. – 197 с.
2. Чехов С.А. Формування та функціонування ринку продукції бджільництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.02. – Київ, 2002. – 22 с.
3. Единственная в Украине школа пчеловодства под угрозой исчезновения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agronews.org/6680-edinstvennaya-v-ukraine-shkola-pchelovodstva-pod-ugrozoy-ischeznoveniia>
4. Яценко О.М. Формування та реалізація конкурентних переваг галузі бджільництва України: монографія / О.М. Яценко. – Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2011. – 428 с.
5. Христенко О.А. Стан та проблеми розвитку бджільництва в Миколаївській області / О.А. Христенко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Миколаїв: МДАУ. – 2003. – Вип. 2(22). – Т. 2. – С. 78–83.
6. Гриценко В.Л. Теоретичні підходи до визначення сутності ринку продукції бджільництва // Економічні, соціальні та екологічні проблеми розвитку агропродовольчої сфери: Матеріали міжнародної наук.-практ. конф., 19 лютого 2016 р. / Вид-во «Діса плюс». – Харків, 2016. – С. 67–69.
7. Лук'янець В.С. Енциклопедія сучасної української мови. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=26331
8. Мінченко М.В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів: підручник / М.В. Мінченко, Л.П. Чижов, А.В. Фролков. – Суми: ВТД Університетська книга, 2004. – 442 с.
9. Словник української мови: в 11 томах. – Том 10, 1979.
10. Словник української мови: в 11 томах. – Том 11, 1980.
11. Ємельянова І. Класифікація факторів конкурентоспроможності аграрних підприємств / І.Ємельянова // Схід. – 2010. – № 2 (102). – С. 20–23. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/22025>
12. Федорук Р.С. Проблеми, стан та перспективи бджільництва в Україні / Р.С. Федорук, І.І. Ковальчук, Л.М. Ковальська, А.Р. Гавраняк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inenbiol.com/ntb/ntb5/pdf/9/3.pdf>
13. Продовольственная безопасность Украины: состояние, механизмы обеспечения, проблемы: [монография] / В.Г. Ткаченко, В.И. Богачев и др. ; под общ. ред. проф. В.Г. Ткаченко и проф. В.И. Богачева. – Луганск : Книжковый світ, 2004. – 176 с.
14. Грабовецкий Б.С. Основы экономического прогнозирования / Б.С. Грабовецкий. – Навчальний посібник. – Вінниця: ВФ ТАНГ, 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/32697/>
15. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит [текст] навч. посіб. / С.В. Корягіна, М.В. Корягін – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 320 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1229071263052/marketing/osnovni_metodi_auditu_marketingovogo_seredovischa_marketingu
16. Лосев О.В. Підготовка кадрів з бджільництва у вищих навчальних закладах / О.В. Лосев, В.Д. Броварський, В.П. Поліщук, І.І. Головецький // Доктор бджілка. – 2014. – Vol. 4. – Р. 12–13.

Аннотация. В работе рассмотрены понятия «факторы», «детерминанты» и установлена взаимосвязь между ними. Дополнена классификация факторов влияния на функционирование рынка продукции пчеловодства. Осуществлен экспертный опрос влияния основных факторов на функционирование рынка продукции пчеловодства, использовано два методических подхода для анализа результатов экспертного опроса. Установлены детерминанты функционирования рынка продукции пчеловодства и обосновано стратегическое направление развития рынка продукции пчеловодства.

Ключевые слова: экспертная оценка, опрос, детерминанты, классификация факторов, рынок продукции пчеловодства.

Summary. In this article there have been considered the concepts “factors” “determinants” and the relationship between concepts. In the paper there have been expanded classification of factors influencing the functioning of bee products market. Expert survey on the influence of the main factors on bee products market functioning has been performed. Two methodological approaches to the analysis of the results of expert surveys have been used. Determinants of functioning of the market of bee products have been identified and the strategic direction of market development has been justified.

Key words: Expert estimation, surveys, determinants, classification of factors, market of bee products.